

LA CAMPAGNE DES ÉLECTIONS DE LA FONCTION PUBLIQUE

LES OUTILS ET TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR
POUR ALLER À LA RENCONTRE DES AGENTS
ET MENER LA CAMPAGNE QUI FERA LA DIFFÉRENCE.

En décembre 2014, auront lieu les élections professionnelles dans la Fonction publique, les Offices publics de l'Habitat (OPH) et pour les fonctionnaires de La Poste et d'Orange. Après les bons résultats dans le privé, les élections dans les fonctions publiques doivent consolider notre représentativité auprès de l'ensemble des salariés.

Le contexte est dur pour les agents et les contractuels. La dette publique pèse depuis des années sur leur situation. L'emploi et le pouvoir d'achat sont particulièrement malmenés avec peu de perspectives d'amélioration. De plus, le dialogue social de proximité est peu pratiqué ce qui alimente aussi un sentiment de fatalisme et d'impuissance.

Pour faire la différence, la campagne de la CFDT doit donc adopter un ton particulier, au niveau local et national. Elle doit donner la parole aux agents et redonner espoir en l'action collective.



AVEC NOUS, DONNEZ DE LA VOIX À VOTRE VOIX



UNE ÉLECTION À FORT ENJEU...

Pour la première fois, les élections se dérouleront en même temps dans les 3 versants **le 4 décembre** : État, Fonction publique hospitalière, Fonction publique territoriale. Pour La Poste et France Télécom, la date n'est pas encore connue. Aujourd'hui, toutes fonctions publiques confondues, la CFDT est la seconde organisation. Mais avec des disparités. 4^{ème}, derrière FO, la FSU et la CGT, à l'État ; 2^{ème}, derrière la CGT et devant FO dans l'hospitalière ; idem dans la territoriale. **L'enjeu est donc de conforter notre seconde place et de la renforcer dans toutes les fonctions publiques.**

CHIFFRE CLÉ

5 MILLIONS

c'est le nombre d'agents
(fonctionnaires
+ contractuels) qui sont
appelés aux urnes.

... DANS UN CONTEXTE DÉGRADÉ

Avec le changement de gouvernement, le plan de Modernisation de l'action publique (MAP) a remplacé la Révision générale des politiques publiques (RGPP) mais :

- les suppressions de postes se poursuivent dans les ministères non prioritaires : 13 213 postes sont supprimés dans le budget 2014. Les ministères les plus impactés sont la Défense (7 881 postes) et les Finances (2 564 postes) ;
- le point d'indice n'a pas été revalorisé depuis 4 ans avec ses conséquences sur le pouvoir d'achat ;
- les agents sont confrontés, au quotidien, à la difficulté

de pouvoir bien faire leur travail. L'hôpital, en particulier, connaît des réorganisations permanentes et souffre de manque de moyens criant ;

- le face à face avec l'usager est de plus en plus difficile.



UN TON DIFFÉRENT...

Dans ce contexte, **la CFDT veut se différencier** des organisations qui se contentent de relayer le mal être. Il ne suffit pas de réclamer des postes, des améliorations concrètes peuvent réellement être apportées : il faut pour cela **revendiquer le dialogue social de proximité**. C'est tout le sens d'une campagne CFDT qui se positionne sur une tonalité revendicative, participative, qui appelle les électeurs à « faire ensemble pour changer les choses ». La signature traduit cette

volonté : « Avec nous, donnez de la voix à votre voix ! ». Pour marquer et être remarqué, l'humour et l'empathie sont de mise.

Cette campagne interpelle par une tonalité offensive et un tantinet provocante : les agents sont bien autre chose que les formules qui leur sont généralement appliquées. On ne parle plus « aux fonctionnaires », mais à la personne dans son quotidien professionnel.

... POUR UNE CAMPAGNE DE PROXIMITÉ

Les quatre axes de communication retenus sont les suivants pour une campagne :

- **Revendicative.** Il y a des domaines sur lesquels on peut et on doit agir : conditions de travail, carrières, etc., réclamer des postes ne suffit pas.
- **Participative.** Avec la CFDT les agents sont invités à devenir acteurs du changement.
- **Engagée.** En montrant ce qui peut être obtenu dans la mise en œuvre des accords nationaux.
- **Empathique.** La fonction publique n'est pas un coût mais un atout.



3 TEMPS FORTS

La campagne se divise en 3 temps forts :

PHASE 1 DE JANVIER AU CONGRÈS La rencontre des revendicatifs, du local au national

Le point d'orgue de cette 1^{ère} phase sera la tournée des Secrétaires nationaux du 7 au 11 avril 2014. Pour être efficace et en accord avec les préoccupations des agents, elle sera préparée grâce à la pré-campagne « Une carte, une idée ! ».

Cette pré-campagne de proximité invite les agents à proposer LEURS solutions pour améliorer leurs conditions de travail. Ces idées et propositions seront analysées au niveau local et national afin de compiler des « cahiers revendicatifs » qui seront restitués aux agents pendant la tournée.

Au terme de cette première phase, une évaluation sera partagée par les fédérations concernées, l'UFFA et les Unions régionales interprofessionnelles, afin de préparer les phases ultérieures.

PHASE 2 LE CONGRÈS Un temps d'appropriation et de mobilisation collective

Les débats sur le rapport d'activité, la résolution générale et la table ronde sur la thématique des fonctions publiques seront un temps de partage collectif en présence de tous les délégués des syndicats, un temps d'appropriation et de visibilité.

PHASE 3 DE SEPTEMBRE AUX ÉLECTIONS L'appel au vote

C'est dans cette phase que seront déclinés les outils de visibilité nationale les plus

appropriés : campagne web, achats d'espace, etc., qui soutiendront votre campagne militante de proximité. La communication sur cette phase sera élaborée à la fin de la première.

MOBILISER SUR DES PROPOSITIONS, EXIGER D'EN PARLER, C'EST CRÉER LES CONDITIONS D'UN VÉRITABLE RAPPORT DE FORCE !

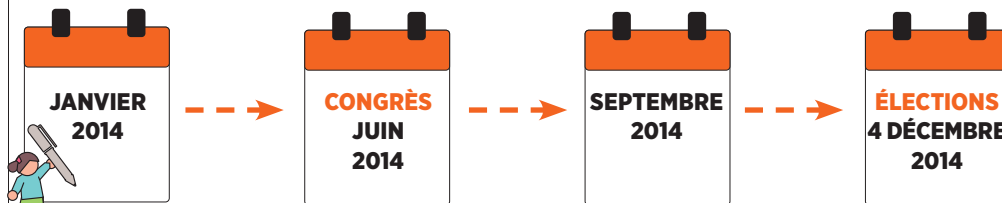


LES OUTILS DE COMMUNICATION

Ce kit de campagne qui vous accompagnera dans la 1^{ère} phase (janvier 2014 au Congrès de Marseille). Vous y trouverez les outils pour piloter une campagne de proximité participative qui va à la rencontre des agents. Il contient :

- un mode d'emploi de la campagne,

LES DATES DE LA CAMPAGNE



« Une carte, une idée ! »

Un temps d'appropriation et de mobilisation collective

L'appel au vote

- un tract générique sur la Fonction publique,
- la carte « Une carte, une idée ! »,
- un flyer expliquant la démarche,
- les affiches,
- un calendrier des grandes étapes de la campagne.

Une rubrique dédiée dans l'espace connecté :

une rubrique « campagne élections fonctions publiques » sera aussi ouverte dans l'espace connecté pour



UNE CARTE, UNE IDÉE !

Cette pré-campagne est un moment de proximité, où vous allez rencontrer les agents sur leur lieu de travail. Cette phase est très importante, c'est elle qui permettra d'établir notre ligne directrice dans les futures négociations et de mener le travail important de constitution des listes.

Ce n'est pas encore une phase de « recrutement d'électeurs » pures, mais une phase préparatoire, de prise de contacts essentielle. Il est donc très important que tous se mobilisent pour rassembler un maximum de « Une carte, une idée ! ». La CFDT renforce ici sa volonté de dialogue de proximité et de syndicalisme de proposition, en opposition au syndicalisme de contestation. Elle permet de mobiliser sur des propositions, de redonner espoir, et de revendiquer du dialogue social local pour ne plus subir mais peser sur les conditions et l'organisation du travail.

mutualiser les outils et les informations.

Les référents élections fonction publique des URI et des fédérations concernées ainsi que les secrétaires généraux y auront accès. Cet espace sera composé de plusieurs parties :

- informations pratiques (calendriers, coordonnées),
 - outils confédéraux – communication,
 - boîte à idées,
 - tournées confédérales,
 - éléments juridiques.
- Il sera opérationnel mi-janvier 2014.



UNE CAMPAGNE PERSONNALISABLE

Comme pour toutes les autres campagnes le matériel sera accessible depuis le site **cfdt.fr**, rubrique **Boîte à outils**, sous rubrique « Nos Campagnes ». Les fichiers seront personnalisables.

Les tracts comporteront une partie qui pourra être adaptée à chaque réalité professionnelle ou un verso laissé au professionnel pour préciser les contenus. Des tracts thématiques seront mis

en ligne régulièrement : sur les conditions de travail, le pouvoir d'achat...

Les affiches de la première phase sont également personnalisables. Vous pouvez changer l'univers de travail (le fond) et/ou les portraits. Il vous suffit pour cela de les télécharger sur **cfdt.fr** / Boîte à outils / Nos Campagnes.

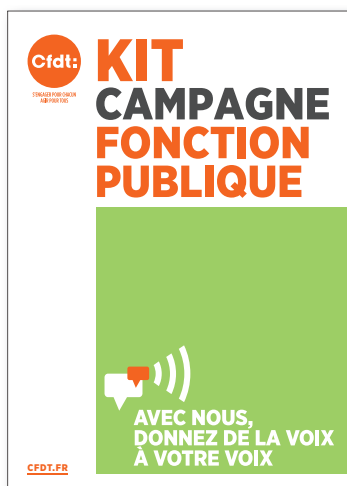
Dans la semaine du 6 au 11 janvier, les Unions régionales interprofessionnelles qui assureront le relais des outils dans la proximité, vont recevoir des kits de campagne et le premier tract général sur les fonctions publiques : il est pris en charge par la confédération.

Les Fédérations recevront également aux mêmes dates des kits de campagne. Ils sont à l'usage des syndicats.

LA BOÎTE À OUTILS

RETROUVEZ L'ENSEMBLE DE NOS OUTILS EN LIGNE SUR CFDT.FR DANS LA RUBRIQUE « BOÎTE À OUTILS » RÉGULIÈREMENT MISE À JOUR.

LE KIT DE CAMPAGNE



Visuel non contractuel.

LES AFFICHES



Visuels non contractuels.

LA PRÉ-CAMPAGNE

● UNE CARTE, UNE IDÉE Flyer



Carte



Visuels non contractuels.

LES TRACTS

● TRACT GÉNÉRIQUE



Visuel non contractuel.

● TRACTS THÉMATIQUES

sur cfdt.fr / Boîte à outils / Nos Campagnes
au fur et à mesure de la campagne.

Retrouvez
l'ensemble de
nos outils sur notre
site www.cfdt.fr /
Boîte à outils /
Nos Campagnes